

SALVAÇÃO E PECADO NO DISCURSO DO PADRE-CANTOR FÁBIO DE MELO

Mariana Durski Silva¹; Renata Marcelle Lara Pimentel²

RESUMO: Este trabalho pretende analisar o discurso do padre-cantor Fábio de Melo em entrevista no “Programa do Jô” veiculado na Rede Globo, no dia 22 de maio de 2009. Para tanto, utiliza-se a teoria dos Estudos Culturais Britânicos e ampara-se na teoria e método da Análise de Discurso (AD) de linha francesa. A pesquisa em questão traz para o debate questões como consumo, moda, identidade e resistência. Inserido nessa cultura de mídia está o padre Fábio de Melo. O objetivo é analisar o discurso do padre para compreender como se dão as relações entre religião e mercado, fiéis e fãs na construção do imaginário social em torno do padre Fábio de Melo e que discurso(s) se põe(m) em funcionamento no que tange ao (des) encontro entre religião e mídia. De forma específica, busca entender se a imagem do padre construída durante a entrevista e a pregação dos valores católicos estão em conflito ou se completam, se a vaidade manifestada visualmente entra em (des) encontro com o discurso verbal. Também saber se durante a entrevista concedida no “Programa do Jô” ele utiliza o veículo de comunicação como meio evangelizador ou apenas para a disseminação dos produtos lançados por ele mesmo (DVDs, CDs e livros). A imagem visual do padre-cantor Fábio de Melo, atlético e sedutor, vem sobrepor a figura do homem vestido de batina já existente no imaginário popular. O trabalho também pretende demonstrar se essa nova roupagem do líder católico (re) configura a tentativa da igreja católica de garantir retorno dos fiéis aos ritos celebrados ou apenas serve para atrair novos consumidores de produtos católicos.

PALAVRAS-CHAVE: Análise de Discurso; Estudos Culturais; Mídia; Religião

¹ Discente do Curso de Comunicação Social – Jornalismo. Departamento de Comunicação Social do Centro Universitário de Maringá – Cesumar, Maringá – Paraná. maridurski@hotmail.com ;

² Docente do Curso de Comunicação Social – Jornalismo e Publicidade e Propaganda. Departamento de Comunicação Social do Centro Universitário de Maringá – Cesumar, Maringá – Paraná. renatalara@cesumar.br